

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

| | |
|-----------------------|---|
| Designação do projeto | Wavecom 2021 - Reforço ativo da Internacionalização |
| Código do projeto | POCI-02-0752-FEDER-042502 |
| Objetivo principal | Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas |
| Região de intervenção | Centro |
| Entidade beneficiária | Wavecom - Soluções Rádio, S.A. |

| | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| Data de aprovação | 09-04-2019 |
| Data de início | 01-03-2019 |
| Data de conclusão | 28-02-2021 |
| Custo total elegível | 399.270,63 Euros |
| Apoio financeiro da União Europeia | 179.671,78 Euros, através do FEDER |

Objetivos, atividades e resultados esperados

A Wavecom pretende com este projeto reforçar a sua presença ativa nos mercados externos definindo uma estratégia de internacionalização de diversificação.

A Wavecom pretende, por um lado reforçar a sua presença em mercados existentes, designadamente Espanha, e, por outro lado, alargar a sua presença a novos mercados (Europa, EUA e PALOP) em simultâneo com o lançamento estruturado de soluções para nichos de mercado/setores verticais em resultados do seu esforço constante em I&DT - Internet of Things (IoT), Turismo e Transportes - com soluções específicas e diferenciadas de forma a evitar o mass market global. A sua estratégia passa assim por:

- i. Exponenciar a promoção global de uma oferta integrada, intensificando as relações comerciais atuais e aumentando as quotas de mercado a nível internacional,
- ii. Incrementar a sua notoriedade e manter o seu potencial exportador, através de ações próprias de marketing/comerciais, e
- iii. Apostar fortemente em atividades de investigação e desenvolvimento de novos produtos e processos de fabrico, com vista ao lançamento contínuo de novos produtos inovadores e com valor acrescentado.

Para o efeito, pretende-se desenvolver um plano de internacionalização bem estruturado e sistematizado, consubstanciado num conjunto de ações de investimento específicas para cada mercado-alvo, nomeadamente:

- Realização de ações de prospeção e contacto direto com potenciais clientes em cada mercado,
- Participação em feiras internacionais, por forma a captar novos clientes e aumentar o seu volume de negócios e fazer um reconhecimento do mercado externo,
- Desenvolvimento de campanhas de marketing digital, assim como um conjunto de ações de marketing e internacionalização transversais (de que são exemplo a produção de vídeos promocionais e a conceção e desenvolvimento de material promocional),
- Contratação de dois colaboradores qualificados para a área comercial/marketing, ficando evidente a capacitação da empresa ao nível de recursos humanos.



